

トCよりも共感の度合いがやや低いが高い位の差が見られる。アンケート C は A,B のアンケートに比べて、全体的に共感の度合いが少ない結果となった。従って種類別アンケートの結果によって、聴き手に、より多くの情報が与えられることで、曲のイメージに対する受け止め方が変わり、多くの共感が得られることが分かった。アンケート C のように、演奏者も曲名も示さない場合だと、聴き手は曲に対する表現に対してシビアな判断を下す傾向があると考えた。

〈自由回答結果〉

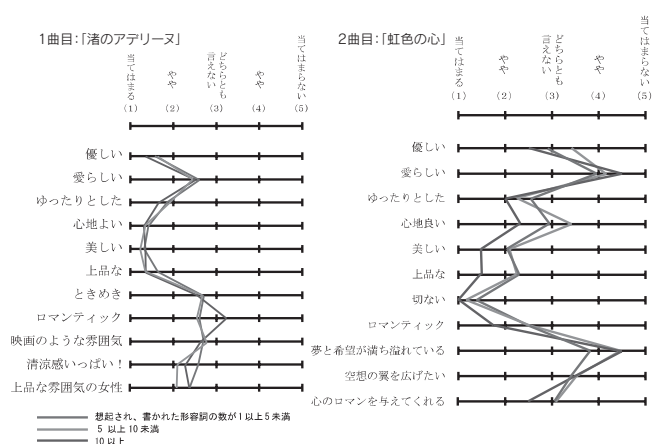
曲を聴いて被験者が感じた自由な発想を、形容詞で表現してもらう。自由回答によって曲のイメージを言語で表現する「想起」を行なう。どのように想起された言語があり、多く見られたのか、プロモーション表現との比較を行う。

[分析結果] その3

1 曲目の一番共感が得られたプロモーション表現は「美しい」、自由回答では「綺麗」といった、2 つとも比較的似たような概念の意味として捉えた。自由回答にも、いくつかプロモーション表現と共通する言葉があることから、プロモーション表現が聴き手に共感が得られるものが多かったと判断した。2 曲目では、お互いのグラフで「切ない」のパーセントが大多数を占める結果となった。また、「切ない」以外に自由回答とプロモーション表現に共通する言語表現は見当たらない。2 曲目では聴き手が、曲に対して他のイメージを強く抱き、新しい付加価値を付けたと考えた。3 曲目は、共通言語と、自由回答で 1 番多かった言語表現が一致した。「ゆったりとした」もお互いの順と対応している。イメージ結果図 3 から、3 曲目は聴き手にばらつきが見られなかったように、自由回答においてもプロモーション表現と自由回答のあいだに大きな差異は見られなかった。

〈言語表現の数の違いによるイメージ結果〉

形容詞の数が、1 以上 5 未満、5 以上 10 未満、10 以上 の 3 種類の結果を合わせて表示する。



[分析結果] その4

表現される言語の数

の違いによる曲のイ

メージ 11 の捉え方

の違いは、1 曲目から

3 曲目にかけて、徐々に

差が開いている事が分

かる。1 曲目については

言語表現の数に関係

なく 3 つとも比較的まと

りのある線の動きが見られる。2 曲目から、言語を 10 以上かいた聴き手に大きな線の動きが見られる。その中で「切ない」についての平均値は 1.0 であった。3 曲目ではプロモーション表現された言語のうち、長く表現された文章ほど、3 つとも大きく反応が違う結果を表した。1 ~ 5、5 ~ 10 の表現の数だった 2 つの線にはお互い大きな差が見られないが、こちらも 3 曲目になって差が開いていく結果となった。この結果からより多くの言語を書いた聴き手ほど、曲に対して共感しやすい事が分かる。

4. 結果とまとめ

研究では、音を修飾する言語表現によって、より効果的な付加価値が付けられるという仮説を立てた。その仮説は、

①より多くの情報・言語表現が与えられた曲ほど、聴き手が曲に対してイメージがし易く、はっきりとしたものになり、プロモーション言語に対しての共感も多く得られる。

②自由回答の言語表現の数が多ければ多いほど、より曲に対する共感が多い。

③音色やリズムを価値付ける言語表現がふさわしいものでなければ、聴き手に違和感を与え、その曲に対して修飾された言語とは異なる反応になってしまう。音を修飾する言語は聴き手に大きく影響力を与え、曲のイメージを保つ軸となる。

以上の調査結果から得られた分析により、仮説を証明することができた。

【主要参考文献】

○品川恵保、株式会社ユーキャン「リチャード・クレイダーマンの世界 THE ROMANTIC SELECTION OF RICHARD CLAYDERMAN」